

研究ノート メディアと社会変容をめぐる新たな視座 言説分析からのアプローチ

研究ノート

メディアと社会変容をめぐる新たな視座 言説分析からのアプローチ

岡井 崇之*

New Perspectives on Media and Social Change: An Approach from Discourse Analysis

OKAI Takayuki

The purpose of this study is to consider the relationship between media discourse and social change. I examine them in theoretical aspect, and then I would like to provide new analytical framework.

First, I review some discussions in media studies and sociology to analyze social change. Although the effects of mass media on social and cultural change have been discussed within mass communication theory, it has been considered that it is difficult to measure them strictly. Recently, the approach of discourse analysis has become increasingly important in media studies. But the focus on media discourse has shown a lack of interest in macro factors. It is also pointed out that social change theory in sociology raises many theoretical questions.

Second, I suggest new perspectives in the study of discourse analysis, including the conversationalization of discourse and global discourse that articulates micro discourse and the macro structure of society. By the concept of the conversationalization of discourse, Fairclough suggested important implications for the ideology of conversation and social change towards entertainment. On the other hand, Machin & Van Leeuwen have focused on globalization as discourse, analyzing the three aspects of genre, language, and image from the perspective of style and format. As a result, the following results were obtained:

- 1) Global media formats enter localities through a number of routes. Local media may copy global formats.
- 2) Media genre formats and technologies are increasingly globalized and homogenized. Such genres, formats, and technologies are not neutral containers of content. They carry meaning and value themselves.
- 3) In the above discussion, it is important that social change is traced to consumer capitalism.

Finally, I concluded that that the accumulation of case studies in the context of Japanese society is important.

キーワード：メディア言説、社会変容、言説の会話化、グローバルな言説

Keywords：media discourse, social change, conversationalization of discourse, global discourse

* 東洋英和女学院大学 国際社会学部 講師
Lecturer, Faculty of Social Sciences, Toyo Eiwa University

1. 問題設定

メディアが社会の変容に影響を持っているということが巷間での日常会話からアカデミックな研究に至るまでよく語られる。また、メディアにおけるテレビ番組や新聞、雑誌の記事のような個々の表象 (representation) や、それらが組織化されたものとしての言説 (discourse) が、社会の変容に何らかの影響を持っていると考えられている場合も散見される。

本稿では対象をメディアという多義的かつ広範な概念一般ではなく、メディア言説 (media discourse) とし、メディア言説と社会変容の相互関係をとらえる分析枠組みについて検討することを目的とする。

ただし、ここで前提としておきたいのは、本稿の目的が従来のメディア・コミュニケーション研究やジャーナリズム研究が取り組んできたような、あるイシューに関するメディアの報道が及ぼす影響・効果を実証的に明らかにしようとするものではないということである。ここでの関心は、あくまでもメディア言説と社会の変動・変容の関係を理論的な位相で考察し、新たな分析概念ないし分析枠組みを提出することにある。

次章以降では、まずメディア研究の文脈において現在、変容をとらえようとする議論がどのような状況にあるのかを整理したうえで、次に社会学における社会変動研究と、その領域でメディア・コミュニケーションをとらえようとする議論をそれぞれ概括する。そして、その特徴と課題を確認したうえで、それらとは異なる言説分析の視点から社会変容をとらえようとしているアプローチの可能性を検討する。

そこでまず参照したいのが、批判的言説分析 (critical discourse analysis, CDA) の立場からメディア言説に関心を向けてきたフェアクラフ (Fairclough 1992, 1995) の議論である。もう一つは、現代社会を特徴づけるグローバリゼーションという大きな概念である。グローバリゼーションは現代社会において社会変容とメディアそれぞれと相互に重層的な影響関係にあり、す

でに様々な研究が行われているが、そのなかでも、とりわけマッキン&ヴァン・リーウェン (Machin & Van Leeuwen 2007) が近年提起した「言説としてのグローバリゼーション」という側面に注目する。

2. メディア研究における社会変容の位置づけ

まず、メディア研究において社会変容はどのように位置づけられてきたのか。マス・コミュニケーションの経験的研究に批判的研究や言説分析を取り入れて、長年にわたり体系化・理論化を図ってきたマクウェール (2005=2010:653-654) は、「マス・コミュニケーションが何らかの形で多様かつ重大な社会的・文化的な効果を及ぼす」としたうえで、メディアと社会・文化の長期的な変動について、「マス・メディアは社会変動や文化変容に寄与するが、その過程の中心には、状況の定義、準拠枠組の提供、そして社会集団に関するイメージの普及を行うマス・メディアの能力がある」と、いくつかの点でマス・メディアの影響力を認めている。

しかし、同時にこのようにも述べている。「しかし、そうした効果はいずれも漸進的かつ長期的に生じ、測定するのは困難である。また、効果は多岐に渡る傾向があり、さらには一貫しない可能性も高い」。つまり、社会変容や文化変容におけるマス・メディアの影響はマス・コミュニケーション研究のなかで認められながらもその測定は困難なものとなされ、アプローチされてこなかったのである。

その困難さの理由としては、マス・メディアには技術と文化内容の両面があり、そのいずれにおいても一方向的に社会変動や文化変容を生み出すことがないこと、両者の相互作用の結果は多様で、予測不可能であり、両者を取り巻く環境に応じて異なるものになることの二つが挙げられている。しかし、変容や変容過程の測定を困難であるとしながらも、ここでメディアと社会変容といった場合の「メディア」が何を意

味するかをマス・メディアの技術と文化内容に分類・整理し、その両者の相互作用の重要性を指摘している点は、この領域の今後の発展に寄与するものである。

このように、メディアの技術的側面と文化内容は相互に作用しているにも関わらず、それらと社会変容の関係はそれぞれの領域内で独自に探究されている観がある。例えば、技術的側面は、マクルーハンやオングといったトロント学派に影響を受けた研究や、情報社会論、情報環境論などで探究されている。それに対し、文化内容の側面はどうだろうか。ここでいう文化内容とは、例えば内容分析 (content analysis) における狭義のコンテンツという意味だけではなく、メディアの文化的意味や形式などを含む、もう少し射程の広いものと考えられよう。

そのようにとらえれば、内容分析、言説分析だけではなくメディアの効果研究も当然この領域に含まれるため、メディア効果論とメディア言説研究における社会変容の位置づけを確認しておく必要がある。また、本稿が依拠するメディア言説研究は、この分類における文化内容に属するが、技術や情報環境は必ずしも相容れないものではなく、その射程に含んでいると筆者は考える。

なお、本稿の議論では内容分析を除外するが、その理由は、内容分析にはコンテンツの断面を切り取った共時的分析が多く、そこではあくまでも内容から明示的に推論されることだけに言及される傾向が強いためである。前述のマクウェール自身も内容分析の様々な点でその有効性を認めながらも、社会変容といった動的なものと接続することには慎重な立場を取る。この点からも、内容分析は効果研究において、アジェンダ設定機能研究などにおける基礎研究の有用な道具とされてきた (竹下1998) が、内容の外部にあるものを記述することには積極的ではないといえる¹。

2.1 メディア効果論

それでは、メディア効果論において社会変容はどのようにとらえられてきたのか。効果論と一言でいっても、様々なバリエーションや分類の仕方がある。その一部を見ても、効果の性質に即して、直接効果モデル、条件効果モデル、累積効果モデル、認知 相互作用モデルといった四つに分類されることもあれば、その過程について時間軸 (短期的効果 / 長期的効果) と効果の意図 (計画された効果 / 予想外の効果) という二つの軸で類型化されることもある (マクウェール 前掲書: 596-625)。また、個人への効果なのか、集団・社会への効果なのかという軸もあり、その場合それらの属性との関係も問われなければならない。

社会変容はここでの予想外の長期的効果に位置づけられ、「社会を特徴づける価値、行動、象徴形態の全体的パターンを変化させることを指す」(同上: 614) とされる。だが多くの場合、効果論は個人レベルの影響研究にとどまっており、このアプローチから社会変容や文化変容が探究されることはあまりない。

ノエル・ノイマン (Noelle-Neumann 1981) は、強力効果論の一つとして著名な沈黙の螺旋仮説を発表した約15年後、「先進社会におけるマス・メディアと社会変容」と題する論文を発表している。ノエル・ノイマンの研究もまた効果論の系譜に位置づけられるものだが、この論考の意義は、効果のレベルから一步進んで、成熟社会での社会変容をとらえようという大きな問題設定をしたことにある²。さてノエル・ノイマンは、自身がパワフルなマス・メディア概念、つまり強力効果論への回帰を唱える根拠として、テレビの技術革新と、音と映像による直接性と強大性がもたらす世論形成力を挙げている。そのうえで効果研究の動向とアジェンダ設定モデルの検討を行っているが、マス・メディアと社会変容という主題は、そこではかろうじて触れているにすぎず、有効な視点や方法を提供しているわけではない。

ただし、ノエル・ノイマンが二つの方向性を

打ち出していることには触れておく必要がある。一つは、効果論の論じ方が実質的にマス・メディアによって広がる世論による態度への影響に照準しているが、マス・メディアによる変容効果の重要な部分は、マス・メディアの影響の下で生じる「リアリティ」の変容であり、そちらにシフトする必要があるということ。二つには、マス・メディアはそのコンテンツによるものだけではなく、メディアのその存在そのものによる変容効果を持っていると示していることであり、そのいずれもが文化内容からのアプローチの限界を示唆しているといえる。

今日のメディア効果論をめぐる議論では、こういった効果論に近接する世論研究に内在的に社会変容をとらえようとする傾向も見られる。例えば藤田は、「パワフル・メディア論によるマス・メディアの影響力の検証は、必ずしも説得力ある形で成功しているとは言えない」（藤田 2009b：774）としながらも、パワフル・メディア論を再構築しようとしている。そこでは、パワフル・メディア論の系譜に属するアジェンダ設定モデルの理論的欠陥が指摘されており、それはモデルの一方向的な性質にあるという。具体的にいえば、そこで社会の成員は政治知識を欠いた存在と位置づけられ、マス・メディアが政治体（国家ないし政府）の監視機能を行い、問題を一方向的に成員に伝達するとされてきたのであり、それは「マス・メディアと有権者（読者・視聴者）の役割が固定したステイックな社会関係」（藤田 前掲書：789）といえるのである。

しかし、藤田によれば、社会構築主義（social constructionism）の知見を参照すると両者の関係が一樣でないことがわかる。例えば、社会の成員が自ら社会問題と感じている争点を宣伝するために、マス・メディアを利用する場合や、マス・メディアが、クレーム申し立てを行おうとする成員の主張を代弁するような場合が考えられるのであり、「ダイナミックで多様な社会関係が、マス・メディアと社会成員の間に存在する」（同上）のである。このような動

向は、必ずしも長期的な社会変容までをとらえ得るものではないが、メディアと文化内容の効果を動的なものとしてとらえる新たな視座といえる。

2.2 メディア言説分析

メディア言説分析の領域ではどうだろうか。メディア内容のミクロな分析ではなく広義の言説分析ととらえれば、社会や文化の変容をとらえようとする言説分析は歴史学やフーコー派が既に行っている。しかしながら、言説分析を広義にとらえた場合、その指示するものが膨大に及び、その全体像を論じることは容易ではない。そのため、ここではメディア研究の枠組みからの言説分析に議論の対象を限定する。

近年、メディア研究において言説分析が盛んになってきている。これらの特徴は、従来のマス・コミュニケーション研究における内容分析、フーコーのディスクール概念、言語学、記号論の影響を受けた批判的言語学やカルチュラル・スタディーズのテキスト分析など様々な出自を持つアプローチが存在し、それぞれが接合された形で展開されている点にある。

それらの多くは、前述した内容分析がそうだったようにテキスト主義的（textualism）な傾向を持つが、社会や文化の変容までを記述することを志向するものも散見される。例えば、その一部を見てもドラマを分析対象にした社会史研究（藤田2009a）や、雑誌の言説分析からのユース・サブカルチャーの研究（難波2007）などが挙げられよう。難波は社会変動については自覚的に論じていないが、日本のユース・サブカルチャーから戦後日本の社会・文化的の多元的変動を跡付けたものと位置づけられる。だがこれらの研究では、メディア言説に見られる特徴と社会の変容をどう関連付けられるかは必ずしも明示的に論じられていないし、理論的に検討されていない。

なぜ、CDAの領域でメディア言説への焦点化が進んだのかについてはすでに論じた（岡井2004）が、もう一度確認しておこう。ギャレ

ットとベル (Garrett & Bell 1998) によれば、言説分析の関心領域は1990年代以降、急速にメディアへと移行してきている。その理由として、メディアは、調査と教育のため容易にアクセスできるデータの豊富な資源であること、

メディアの文法は、言語共同体での人々の言語の使用と言語に対する態度を表象し、また影響を及ぼしていること、メディアの言語を見ることで、言語とコミュニケーションを通じた社会的な意味とステレオタイプについて多くを知ることができること、メディアは文化、政治および社会生活の形成とその形式を反映し、また影響を与えていること、の四つが指摘されている。

このような動向からは、「対面状況における会話分析や文学作品などのテキストを扱っている言説分析者の問題関心が、メディア言説と社会的現実の関係、またそこにおける不平等や権力といった問題へと急速に焦点化してきていることを指し示している (岡井 前掲書: 26-27) が、例えば、政治体制などメディアの置かれたコンテキストによっては、で挙げられたテキストへのアクセサビリティは必ずしも担保されていない場合もあるし、における影響関係について素朴な反映論を採用している点など検討の余地もある。

だがそれ以上に、ここでのメディアへの焦点化において、よりマクロな規定要因への視座が欠落している点を指摘しておきたい。それが、メディア言説分析を用いた研究において言説と社会の変容の間を大きく隔てていると思われる。例えば、1990年代以降の変化を考えた場合、デジタル技術の発達とそれによるメディア・コンテンツのマルチモーダル化 (伊藤 2006)、グローバリゼーションとそれともなうメディアのグローバリゼーションという現象が大きな影響力を持つようになっており、それらを無視することはできないだろう。

また、このような内在的な批判だけにとどまらず、言説分析にはそのアプローチ自体の妥当性を問う批判も行われていることにも留意して

おかなければならない。それらは、言説分析の方法論への批判とメディア言説の特権性への批判に大きく分けられる。言説分析 = 反社会学的としてその不可能性を指摘する方法論的批判 (遠藤2000、葛山2000など) に関しては、セクシュアリティに関する言説分析を蓄積してきた赤川 (2006) が反論している。

「つまり言説分布や言説変容それ自体が、言説分析によって解明されるべき社会的事実なのであり、逆に、言説空間が社会的事実として成立していることが、言説分析に存立可能性を与えているのである」(同上: 37)。

ここで赤川が自らに足かせを科している点に注目しておきたい。赤川は批判に対して言説分析を反証可能な経験的社会学の一手法として擁護しながら、むしろ言説分析派に対して自戒を促しているのである³。また、ある言説に特権的な地位を与えることについては赤川自ら批判している。

「特権的なテキストの解釈で事たれりとする文学研究とは異なり、社会学的な言説分析は、言説をあたかもモノのように扱って、その分布 (分散) や布置を明らかにしなければならない」(同上: 33)

この指摘は、そのままメディア言説分析にも当てはまる。社会変容をとらえるうえでのメディア言説の有効性は指摘した通りだが、その課題としては、メディア言説に軸足を置きつつも、マス・メディアの言説に収まらないもの、例えば日記、メモ、日常会話といったあらゆる言表を対象としなければならないのは当然だろう。また、あるメディアのテキストを対象にするのであれば、それに先行するテキストや付随するテキストとの関係、顕在化しなかったテキストも検討されなければならない。

筆者は、新聞や雑誌の記事検索サービスのようないパッケージ化されたデータベースでキーワ

ード検索を行って分析することや、ある雑誌を
通時的に分析することそれ自体に価値がないと
は考えないが、そこでは絶えずそのような検索
サービスのような言説空間自体も考察の対象で
なければならないし、前述したようにその雑誌
言説と他の言説との布置状況が考察されなけ
ればならないのは当然だろう。

3. 社会変動論とメディア・コミュニケーション研究

3.1 社会学と社会変動

社会や文化の変容を論じる場合、まず社会学
における社会変動論を参照しておかなければ
ならない。社会変動論は制度や組織における社会
の構造変動を主題とし、社会学研究の一分野と
して理論的深淵と広がりを持つ。それらの議論
を包括的にカバーすることは本稿の射程を超える
ため、ここでは現在の社会変動論の理論的課
題や新たな視座を提供しているものをいくつか
参照しておきたい。

長谷川（2008）によれば、社会変動論の基
礎をなす問題として「ミクロ・マクロ問題」が
存在する。そこでは、そもそもミクロレベルの
社会的行為とマクロレベルの社会変動をどのよ
うに接合し、両者の関係を説明するのか、とい
う基本的な問題がある。そして、理論研究が空
洞化し「社会学における中心的な主題は、社会
変動をどのように説明するかにあるといえる
が、その場合の中心的な説明変数、被説明変数
が何なのか、どのような条件をみたせば十分に
妥当な社会学的な説明たりうるのか、という点
については、定説的なものが十分に確立してい
るとはいいがたい」（同上：23）状況にあると
している。

一方で、「経験的研究は、連字符社会学ごと
に、専門分化が著しい。他方で理論研究におい
ては、1990年代以降カルチュラル・スタディ
ーズ、構築主義、言説分析などの流行にともな
って、自省性の名のもとに、いたずらに「積み

木崩しゲーム」的な傾向のみが顕著である」（
同上：24-25）として、言説分析的なアプロ
ーチを批判している。もちろん、このような基礎
研究は重要であるが、このような隘路に踏みと
どまっていたはこの領域の発展は望めないし、
いま現在生起している社会の変容を見過ごして
しまうのも事実だろう。その点で参考になるの
が、浜（2008）と遠藤（2009）による議論で
ある。

浜は社会変動論において言説分析に一定の地
位を与えている。歴史社会学の三つのタイプの
一つに「言説分析型」を位置づけ、伝統的な歴
史社会学が、言説を「ドキュメント」（過去を
表す透明な記号）としてとらえ、過去を再構成
しようとしたのに対して、言説分析は、言説を
「モノメント」（不透明な物質性）としてとら
え、「言説のうちでのみ粗摺される言説編制の
形成や規則を問う」（浜2008：205-206）ものと
位置づけられる。

ここで提起される「社会変動のミクロロジー」
とは、社会変動そのものではなく、社会変動に
ついて語る語り方、つまり言説の形式に注目し
たものである。「社会の内部で近代化や近代社会
について語るの近代化論の研究者や社会学者
だけなのであろうか」という問題提起に始まり
、「例えば近代文学における近代化への語り、
映画やテレビ番組、家族の会話、記念碑や記念
館はなんらかの近代化論を含んでいないだろ
うか」（同上：210）と問いかける。超越的な視
点から語られる「社会変動のマクロロジー」的
な傾向に対して、「社会変動のミクロロジー」
と呼ぶことのできる、社会変動についての無数
の小さな物語が形づくるネットワークがあると
するのである。メディア言説に限らず、「小さな
物語」から「社会変動を擦り取る」という視
点は、次章で筆者が依拠するメディア言説研究
の視座と類縁性を持っているものといえる。

近年、精力的に社会変動に関する論述を行っ
ている遠藤（2009）は、グローバリゼーショ
ンという視点からアプローチしている。遠藤は、
「従来の社会学が「国家」を特権化した視点か

らのみ、『世界変動／社会変動』を捉えようとしてきた」(同上：3)と考え、そのような視点からハート&ネグリの<帝国概念>に依拠しつつ、「三層〔重層〕モラルコンフリクト」というスキーマを提起している。そこにおいて遠藤は、従来のグローカリゼーション論がグローバルなパワーとローカルな民衆という二項対立的図式を前提にしているが、グローバル-ローカルの関係はこのような単純化された図式ではとらえられないと主張するのである。

「現実においては、たとえば、グローバル-ナショナル-ローカルなど、社会集団は重層的に存在している…中略…グローバルなパワーとナショナルなパワーが対立し、ローカルなパワーはグローバルなパワーと結託して自己正当化を行いつつ、ナショナルなパワーに対抗的なパワーを結集するなど、極めて複雑な結託／対抗関係を展開することによって、現実の社会動態を引き起こしてきたと考えられる」(同上：6-8)。

遠藤の議論は、それを例証する事例研究を同時並行的に蓄積しているところを特徴とするが、「すなわち、時代に応じて、『社会』とともに『文化』もまた変動する。そしてそれは決して表層的な変化ではない。なぜなら、先に述べたように、『文化』はその時点での『社会』で潜在的に共有されている『価値観』(の表象)だからである」(同上：8)というように、さらに文化変動と社会変動が同じ位相にあると理解し、ほぼ同義に用いている点において興味深い。なぜなら、後述する小川の整理に見られるように、多くの場合、文化の変容は社会変動とは別の文脈、言い換えれば、多くの場合下位に位置づけられたり、特定の集団に閉じたものとして論じられたりしているからである。

では、なぜ「文化」は変わるのかという点について、遠藤は、それが社会変動と同じく新たな「価値観／文化」が、旧来の「価値観／文化」に替わって、多くの支持者を獲得していくこと

によって起こると考える。この視座からは、新たな価値観がどうやって支持者を獲得しているのか、またその過程をどうとらえるのかという問題設定が可能となるだろう。また、文化変動は閉ざされた社会ではきわめて緩慢な世代交代によって起こるのみだったが、グローバル化の進展によって複数の社会が相互接触するようになったことで、それぞれの社会の文化要素が、他の社会に加速度的に伝播するようになったことも挙げられている。

3.2 メディア・コミュニケーションと社会変動

これまでメディアの技術的な側面やコミュニケーション的な側面に触れてこなかったが、この領域でこれまでの研究を整理しているのが小川(2003)の論考である。小川は、社会変動を「当該社会(規模の大小は問わない、またその中の部分であるか全体であるかも問わない)が何らかの理由で、その枠組みを変えたり、中身を替えたりする動きとその結果のことを指す」(同上：72)と定義した上で、現代社会学がいかに社会変動を分析するかについて、ダーレンドルフによる二つのアプローチを紹介している。

その一つは統合モデルといわれ、社会の統合を目指した変動を重視するパーソンズ的なアプローチを指し、もう一つは闘争モデルといわれ、社会に顕在的、潜在的に遍在する紛争や闘争による変革を重視するアプローチを指しているが、「何のために社会変動をとらえるのか」という点でこの両者の立場は大きく異なる。それはメディア・コミュニケーションの効果に関する研究にも反映されており、そこでも「統合」と「闘争」という相反する視点が見られる。

また別の特徴として、社会変動を「近代化」としてとらえる研究成果が多いことも挙げられている。それはその裏返しとして、成熟社会での社会変動が論じられていないことを示すものである。そして小川は、これまでの「社会変動」と「マス・コミュニケーション」との

相互関係に関する研究の大きな特徴として、マス・コミュニケーション研究が統合モデルに依拠し、近代国民国家の統合に貢献するという前提に立ったものであったと結論づけている。また、ここで興味深いのは「現在の世界がグローバル化の流れにある中で、国家を超えた社会の出現に対してマス・コミュニケーションは如何なる作用をするのが分析・検討されねばならない」(同上：93-95)として、グローバル化のなかの社会変動にいち早く論及し、統合モデル、闘争モデルそれぞれの課題を指摘している点である。

この整理を出発点にしていくつかの考察を加えておきたい。まず、小川自身も自覚しているように、マス・コミュニケーション研究の問題設定自体にある種の進歩史観が含まれているということが指摘できる。ここで「社会変動」が意味するのは、西洋近代的な意味での「近代化」であり、そこに対してマス・コミュニケーションが果たす役割が議論されてきたといえるのである。小川も「社会変動そのものは価値中立的概念であっても「近代化」は一定の方向性を持った概念である」(同上：91)と言及しているように、そこでは「近代化」自体を問い直す視点は見られなかったといえよう。また、それと関連して成熟社会における重層的な社会変容、文化変容を視野に入れてこなかったということもいえる⁴。

だが、ここでの議論自体において、メディア・コミュニケーションが指示するのが、制度・システムとしてのマス・コミュニケーションに限定されており、メディアの媒介性(mediation)や個々の言説による効果は考慮されていないということもまた指摘できる⁵。また、『『社会変動』は部分であるか全体であるかを問わない』(同上：72)としながら、最終的には全体を問う研究へと焦点化し、カルチュラル・スタディーズのような特定の社会や集団の文化変容をとらえる研究には重きを置かない。しかし、遠藤が今日の状況に即して論述している通り、現代のグローバル化状況では、特定の

社会の文化が瞬時に伝播し、文化・社会の変容をもたらすことがあり得るのであり、ミクロな実践を捨象することはもはやできないのではないだろうか。

4. メディア言説研究における新たな視座

以上、第2章でメディア研究、第3章で社会変動論をそれぞれレビューしてきた。そして、第2章ではメディア言説分析の課題として、マルチモーダル化として立ち現れているようなデジタル技術による言説空間の変容、あるいはグローバル化によるメディアのグローバル化、さらには、それによるメディア言説の変容を考慮する必要性を指摘した。また第3章では、メディア・コミュニケーション研究における社会変動論がいまだに近代化論に軸足を置き、成熟社会における社会や文化の変容を視野に収めていないこと、またメディアの媒介性や言説の効果・影響を軽視していることなどを確認した。

しかし従来、テキスト主義として批判されることの多かった言説分析の領域において、この両課題を補完しようとする分析概念が提起されてきている。それは、赤川のいう内容と形式の変化両方をとらえ得るものであり、また浜が提起したような社会変動をめぐる言説の形式の議論をさらに先に進める視点でもある。

4.1 「言説の会話化」概念が示唆するもの

フェアクラフの研究は、従来のメディア言説分析が行ってきた個別具体的な言説の変化よりも、もっと広範な「言説の編制」(order of discourse)の構造分析に重点を置いている。

言説の編制とは、フーコーが提起した概念で言説のジャンルや形式が構造化されたものを指す。フーコーはある特定の言説の編制が固定化したり、あるいは脱固定化したりする歴史的な過程に焦点を当てた。ただし、フーコーが言説の編制を安定的で永続的な概念としてとらえていたのに対して、フェアクラフはそれらが断続的に変化する可能性を持ったものとみなしてい

る⁶。このとらえ方は、これまで十分探究されてこなかったミクロな言説と社会的なコンテクストを節合しようとするものであるが、フェアクラフはさらに踏み込んで、それが一般的な社会・文化的変容の方向性とも関連するものとしてとらえている (Fairclough 1992:200)。こういった水準の変容をとらえることにはこれまでほとんど注意が向けられてこなかったといえるだろう。

そのうえで、トランスナショナルな変化として、言説の民主化、言説の市場化(ないし商品化)、言説の技術化という三つの主要な傾向が提示されている⁷。ここでは、言説の編制は複雑で矛盾したもので見られており、これらの傾向は相互作用あるいは分裂をうちに含んでいる。それらを見ることでローカルな言説の秩序の効果が析出可能になるとするのである。

さらに注目しておくべきなのは、その後フェアクラフが上記の傾向を横断するものとして理論的展開を行った「言説の会話化」(conversationalization of discourse)あるいは「公的言語の会話化」(conversationalization of the public language) (Fairclough 1995) と呼ばれる概念である。これは、簡潔に言えばメディア言説において「他者の語りの直接的な表象」(同上: 10)が増加していることを指すが、それは後期近代という長いスパンにおける大きな傾向としても位置付けられる射程の広いものでもある。

フェアクラフが言説の会話化の機能として挙げているのは以下の2点である。一つは、マス・メディア・コミュニケーションに固有の構造的な特徴である会話化がマス・メディア以外の領域にも影響を及ぼしていることであり、それが社会・文化がより娯楽的なものへと変容するファクターになっているということである。もう一つは会話のイデオロギー的機能である。会話化された言説はリアリティが表象される条件を自然化する。例えば、テレビにおける街の声としての有権者の声はイデオロギーを自然化するだけではなく、司会者、流動的な投票者、

街がすべて同じ生活世界に属していることをイデオロギー的に含意しているという(同上: 13)⁸。

後者のイデオロギー的機能は、2章での分類によればメディアの短・中期的な効果に属すると考えられるためここでは大きく取り上げないが、フェアクラフはこれらを通じた主体の形成にまで論及しているのである。前者の言説の会話化を通じた娯楽化への変容は、長期的スパンにおける変容過程や国家、地域を横断して見られる広範な変容の動態をとらえる視座を提供している。

4.2 言説としてのグローバリゼーション：ジャンル、言語、イメージ

言説という視座からグローバリゼーションを研究したものとして、マッキン&ヴァン・リーウェンによる研究 (Machin & Van Leeuwen 2007) がある。この研究は、メディア・グローバリゼーションという抽象的で漠然としたくり方ではなく、事例研究の対象をメディア言説に特化している点で特徴的である。前出の遠藤の研究はミクロな実践と社会・文化変容を節合しようとしたものだったが、このアプローチもメディア言説、さらに具体的に言えばそのジャンル、言語、イメージといった下位の 카테고리 から社会変動を考察しようとしたものである⁹。

まず、メディア・グローバリゼーションをめぐる彼らの前提を確認しておく。メディアがますますグローバル化しているという点は、当該分野における基本的な問題意識である。次に、グローバルな文化産業が消費者に対して意識を生産・配分しているという認識が示されるが、彼らはそこで文化帝国主義が文化的多元性かという二項対立的な図式をとらない。彼らが標準化と文化的均質性をもたらすとしながらも、ハリウッド¹⁰を例に挙げながら、「グローバルな文化産業は、ローカル言語とローカルコンテンツを統合してグローバルメディアを生産することで、多様性もつくりだしている」(同上: 1)

として、その均質化と多様性の複雑で重層的な関係を見ようとするのである。

しかし、この研究の独自性を示す視点はまた別のところにある。彼らは、均質性をもたらす主要なファクターをグローバルな文化産業そのものにも、またそれが生産するコンテンツにも置かない。そうではなくて、メディア・グローバル化を「グローバルメディアのフォーマットやスタイルが社会に侵入すること」（同上）ととらえるのである¹¹。研究の目的や分析対象は異なるが、着目する言説の水準は前出のフェアクラフの視座と関連している。

ここでキー概念とされるスタイル/フォーマットは価値中立的ではなく、それらに含まれるものを形づくったり制限したりする。例えば、ニュース、ソープオペラ、映画などのグローバルなメディアジャンルや、その言語的、イメージのスタイル/フォーマットが、その構造を通じて価値やアイデンティティを伝達しているのである。約50国で発行されている女性雑誌*Cosmopolitan*やグローバルな規模で使用されている写真のデータベースを事例として、（１）グローバルなジャンル、（２）グローバルな言語、（３）グローバルなイメージ、という三つのカテゴリーにおいてそれぞれスタイル/フォーマットという分析枠組みから以下のような知見が挙げられている。

（１）グローバルなジャンル

ジャンル分析では、コミュニケーション行為の習慣的な形態として「問題解決スキーマ」が多くの異なるジャンルを横断してグローバルに見られることをまず指摘し、モダリティ¹²を通じて*Cosmopolitan*の各国版が異なったローカルな方法で女性の労働を構築していることを指摘する。しかし、バージョンを横断した同様の傾向もそこには確認されている。それは「伝統的な女性の繊細さを永続させながら同時に女性の性的、快楽主義的な表象を混交させている」（同上：123）というものである。

（２）グローバルな言語

言語分析においても、*Cosmopolitan*の分析から 広告のスタイル、ファッションの見出し、専門家の言説のスタイル、ストリートスタイル、若者に流行のスラング、会話的スタイルの五つの要素で均質化とローカル化それぞれにおいて特徴的な記述のスタイルが見られることが指摘されている（同上：146）。*Cosmopolitan*が会話的スタイルで描かれているということはフェアクラフによる概念化を例証するものである。ただし、フェアクラフはトランスナショナルという表現に留めていたが、ここではグローバルな事象として言及されている。

（３）グローバルなイメージ

イメージ分析では、グローバルな企業であるグッティ・コミュニケーションにおけるデータベース¹³の約35万枚のイメージを分析している。その結果、それらは一般化、脱文脈化される傾向があり、オリジナルなイメージが持っていた時間性や空間性を消滅させることで固定化されたシンボリックな世界が表象されている。

これらの分析結果からまず指摘されるのは、グローバルなメディア・フォーマットが多くのルートを通じてローカリティに入り込んでいるということである。ローカルメディアはグローバルメディアの内容の水準だけではなく、そのフォーマットの水準において模倣を行っているのである。そのことからまず結論づけられるのは、メディアのジャンル、フォーマット、テクノロジーがますますグローバル化し、均質化しているということである。

だが、ここでさらに重要なのはそれらが価値中立的ではなく、意味や価値そのものを運んでいるという指摘であろう。その一つの傾向として挙げられているのは、「グローバルなメディアが採用する特定の言説の形態は、消費資本主義の利益に合致する特徴を持つ」（同上：170）という点である。例えば*Cosmopolitan*の分析からは、そこで用いられているフォーマットが

女性の社会的アイデンティティや実践を脱文脈化し、物の消費と関連付けられた健康、美容、ファッション、ライフスタイルなどの領域へと置き換えられていることが指摘される。

マッキン&ヴァン・リーウェンはさらに論を進めて、それらが生産過程よりも消費を中心とした消費資本主義社会への社会変動と関連していることを指摘している。この議論は、フェアクラフの言説の市場化、あるいはそれと相互に関連した民主化などの概念とも相互に関連していると考えられるだろう。これは仮説の域を出ないものだが、それらが娯楽化や消費資本主義の進展という社会変動を駆動させる装置として機能しているという視点は、今後検証すべき課題になるだろう。また彼らが指摘するメディア・フォーマット自体のイデオロギー性についても、事例研究の蓄積によって検証される必要があるが、これらの指摘から導かれるのは形式そのものが何らかの媒介作用をうちに含んでいるということである。

本章では、言説の編制の一局面としての言説の会話化と、言説としてのグローバリゼーションという事象を検討した。それらへの着目は従来の言説分析の課題であったミクロ マクロを節節するだけに留まらず、その両者を媒介することで生じる様々な作用の考察を可能にするものである。

5. 結論

冒頭で確認したように、本稿の目的はあるメディア言説や表象の直接的な効果を測定しようとするものではないし、ある言説とある社会変容の相関関係を実証レベルで明らかにするものでもない。そうではなくて、従来のアプローチからの視座転換の必要性を促すことが最初の目的であった。その結果、理論的考察を通じて、誇大理論でもなく、また理論や一般化を志向しない事例研究でもない、ミクロ マクロを架橋する分析概念の重要性をまず提起した。

そして、これまで「言説の編制」という抽象

的な記述しかなされていなかった領域において、「言説の会話化」と「言説としてのグローバリゼーション」という概念を検討し、その理論的可能性を指摘した。しかしながら、そういったそこで挙げた媒介項を実証レベルで考察するには多くの課題があるのも確かである。以下ではそれぞれの課題を明確にしておく。

本稿での検討は理論的なレベルに留まるものだったが、例えば、フェアクラフのいう後期近代の大きな特徴としての「言説の会話化」が日本社会のコンテクストにおいていかなる過程を経て進展し、それはいかなる意味を持っているのかなどについて検証する必要がある¹⁴。その場合、「言説は会話化しているのか」という点から出発する必要があるだろうし、そういった傾向をどのようなレベルで分析していくのかという方法論も検討されなければならない。

伊藤は、現代日本のニュースメディアを特徴づけるのが「会話化」であり、それらが「感情の共同体」「親密圏の専制」ともいうべき状況をつくりだしている（伊藤2004：30）と指摘している。こういった事態は、活字メディアも含め様々なメディアやそのジャンル、あるいはメディア以外の領域においても生じていると考えられる¹⁵が、「ニュースの会話化」に限定したとしても、その過程は例えば民間放送と公共放送では異なるだろうし、言説のジャンル、扱われるイシューによっても異なるだろう。またその言語をとってみても、アナウンサーやナレーターといった発話者のモノログからスタジオでの複数の発話者のトークヘという形式の転換だけでなく、モノログ自体の語りかけの文法レベルでの変容¹⁶も含んでいるだろう。

そういったさまざまなレベルの変容を個別にとらえ、さらにそれらを関連付けて「言説の編制」やその変容をとらえていくような事例研究が必要である。

グローバルな言説についても、グローバルな言説の形式の分布やそれらが媒介する意味について、多様なメディアやそのジャンルにおいて継続的に検証することが必要である。研究の背

景や分析方法は異なるが、日本で文化帝国主義モデルを仮説として展開された先駆的な女性雑誌研究（井上＋女性雑誌研究会編1989、諸橋1993）があった。

これらの研究では前出の*Cosmopolitan*を含む雑誌コンテンツの国際比較を行っている。これらの研究は今日の文脈で考えた場合、グローバル化と社会変容について重要な示唆を与えるものとして位置付けられるが、その後、このように文化の伝播や影響関係をとらえようとした比較研究は多く見られない。ここでも、今日のメディア・グローバル化やデジタル技術の進展などの規定要因なども視野に入れつつ、言説編制の比較研究から文化・社会の変容を析出するような研究が求められていると結論づけられる。

上記のような課題についてさらに研究を進めていきたい。

【引用文献】

- 赤川学（2006）『構築主義を再構築する』勁草書房
伊藤守（2006）「ニュースのディスコース分析、マルチモダリティ分析」伊藤守編『テレビニュースの社会学 マルチモダリティ分析の実践』世界思想社
遠藤薫（2009）『メタ複製技術時代の文化と政治 社会変動をどうとらえるか2』勁草書房
岡井崇之（2004）「言説分析の新たな展開 テレビのメッセージをめぐる研究動向」『マス・コミュニケーション研究』64号、学文社
小川浩一（2003）「コミュニケーションと社会変動」鶴木真編『コミュニケーションの政治学』慶應義塾大学出版会
デニス・マクウェール（2005＝2010）『マス・コミュニケーション研究』大石裕監訳、慶應義塾大学出版会
長谷川公一（2008）「社会変動研究の理論的課題」金子勝・長谷川公一編『社会変動と社会学』ミネルヴァ書房
浜日出夫（2003）「社会変動のミクロロジー」金子勝・長谷川公一編『社会変動と社会学』ミネルヴァ書房
藤田真文（2009b）「社会構築主義によるパワフル・

メディア論の反転に向けて」『法学新報』115巻9・10号

- Fairclough, N. (1992) *Discourse and Social Change*, Polity.
Fairclough, N. (1995) *Media discourse*, Arnold.
Garrett, P. & Bell, A. (1998) *Media and Discourse*. Bell, A. & Garrett, P. (eds.) *Approaches to Media discourse*, Blackwell.
Machin, D. & Van Leeuwen, T. (2007) *Global Media Discourse*, Routledge.
Noelle-Neumann, E. (1981) *Mass media and Social change in Developed societies*, Katz, E. & Szekskö, T. (eds.) *Mass media and Social change*, Sage.
Peters, J. (2006) *Media as conversation, conversation as media*, Curran, J. & Morley, D. (eds.) *media and cultural theory*, Routledge.

【参考文献】

- 井上輝子＋女性雑誌研究会編（1989）『女性雑誌を解読する COMPAREPOLITAN 日・米・メキシコ比較研究』垣内出版
遠藤知巳（2000）「言説分析とその困難」『理論と方法』Vol.15-1 63-83 数理社会学会
大石裕（2005）『ジャーナリズムとメディア言説』勁草書房
岡井崇之（2003）「パフォーマンスとしての人生相談 「おもいっきり生電話」の言説分析から」『コミュニケーション研究』33号
加藤秀俊（1992）「身上相談の内容分析」『思想の科学・芽』久山社（初出は1953年）
葛山泰央（2000）『友愛の歴史社会学』岩波書店
竹下俊郎（1998）『メディアの議題設定機能 マスコミ効果研究における理論と実証』学文社
難波功士（2007）『族の系譜学 ユース・サブカルチャーの戦後史』青弓社
日吉昭彦（2009）「エスニシティの表象と『外国人』イメージ CMの世界の人口統計学」藤田真文・岡井崇之編『プロセスが見えるメディア分析入門 コンテンツから日常を問い直す』世界思想社
藤田真文（2006）「テレビニュースの談話分析 キャスターから視聴者への語りかけの分析」伊藤守編『テレビニュースの社会学 マルチモダリティ分析の実践』

藤田真文 (2009a) 「テレビドラマの社会史 1970年代の若者像を探る」 藤田真文・岡井崇之編『プロセスが見えるメディア分析入門 コンテンツから日常を問い直す』世界思想社

ミシェル・フーコー (1969=1981) 『知の考古学』中村雄二郎訳、河出書房新社

見田宗介 (1965) 『新版 現代日本の精神構造』弘文堂

諸橋泰樹 (1993) 『雑誌文化の中の女性学』明石書店

Livingstone, S. & Lunt, P. (1993) *Talk on Television: Audience Participation and Public Debate*, Routledge.

Scannell, P. (eds.) (1991) *Broadcast talk*, Sage.

Scannell, P. (eds.) (1992) *Public service broadcasting and modern public life*, Scannell, P., et al. (eds.) *Culture and power*, Sage.

Tolson, A. (eds.) (2001) *Television Talk Show*, Lawrence.

- 1 ただし、近年、伝統的な内容分析もその蓄積によっては社会変動や価値意識の変容の研究に有用であるとする記述も見られる(日吉2009)ことを付記しておく。
- 2 後述するが、従来の社会学やメディア・コミュニケーション論における社会変動論は、近代化という社会変動を主要なテーマとしており、成熟社会における社会変容はあまり議論されてこなかった。
- 3 なお、客観性をめぐる問題については筆者も、「CDAは具体的な目的のために用いられるため、解釈的であることを確認した。この視座自体は、特定の政治的な言説の編制を照らし出していく上で有効であるが、分析者の解釈に委ねられている以上、分析者の社会的位置(男性/女性、ヘテロセクシュアリティ/ホモセクシュアリティなど)や、対象や方法といった分析過程が今以上にオープンにされることにより、検証可能性が担保される必要がある」(岡井 前掲書 2004: 29)という指摘を行っていた。
- 4 前出の遠藤によるモデルは、このような二項対立的な図式を現代の状況において見直したものとして位置付けられる。
- 5 ここではマクルーハン、イニスの議論については一定の評価を与えているが、その内容にまでは触れられていない。
- 6 この点についての詳しい議論は拙稿を参照されたい(岡井 前掲書)。

- 7 三つの傾向それぞれについて詳しく論じることは本稿の目的ではないため、Fairclough1992を参照。
- 8 しかし、フェアクラフの議論は、メディア・コミュニケーション研究の文脈に置いた場合、やや唐突でもある。ピータース(Peters 2006)の議論はメディア言説の会話化を論じる前に文化理論や研究において会話がどのように位置づけられるのかを整理している点で有用だが、その際、言説の会話化をフェアクラフに比べ両義的なものとしてとらえている点も興味深い。
- 9 本稿では言説の事例研究のみを扱うが、メディア・グローバリゼーションの理論やその歴史的過程についての論述も非常に精緻で参考になるものである。
- 10 インドのムンバイ(旧ボンベイ)でつくられた映画の総称。
- 11 ただし、ここでスタイル(style)、フォーマット(format)とそれらの関係に明確な定義が与えられていないことは指摘しておかなければならない。
- 12 ここでは、コミュニケーションの内容にいかに関与性を与えるかを示す記号的な資源と定義される。例えば、事実かフィクションか、真実か虚構かを決定づける要素を示す(同上: 110)。
- 13 それらは世界中の約50カ国で撮られたもので、グローバルな規模で新聞、広告、販促などに用いられているものとされる。
- 14 海外の研究では、長期的なスパンでBBCの放送言語を研究したスキャンネルの研究(Scannell 1991,1992)や、近年のトークショーを分析した研究(Livingstone & Lunt 1993, Tolson 2001)などがある。
- 15 筆者は、活字メディアにおいても座談会や人生相談などの会話的な形式が重要な意味を持っていると考えており、新聞における人生相談について加藤(1953=1992)や見田(1965)の論考をもとに考察している(岡井2003)。
- 16 この点に関しては藤田(2006)が事例研究を行っている。